

PENERIMAAN REMAJA TERHADAP PROMOSI PARIWISATA DALAM FILM  
“5CM”

(studi kualitatif dengan menggunakan metode reception analysis untuk mengetahui penerimaan remaja terhadap unsur pariwisata dalam film 5cm)

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA FISIP UPN “VETERAN” JAWA TIMUR



Oleh :  
ANDYNAR PRISTASIA  
0943010065

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2013

PENERIMAAN REMAJA TERHADAP PROMOSI PARIWISATA DALAM  
FILM “5CM”

(studi kualitatif dengan menggunakan metode reception analysis untuk  
mengetahui penerimaan remaja terhadap unsur pariwisata dalam film 5cm)

Disusun Oleh

ANDYNAR PRISTASIA  
0943010065

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Seminar Skripsi

Mengetahui

Pembimbing Utama

Z. Abidin Achmad, M.Si.M.Ed  
NPT. 3. 7305 99. 0170.1

Mengetahui

D E K A N

Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

## KATA PENGANTAR

Puji sukur penulis tujukan kepada Allah SWT. Karena karuniaNya penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Penerimaan remaja terhadap promosi pariwisata dalam film “5cm”. Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesain proposal skripsi ini.

Terima kasih, kepada:

1. Allah SWT. Karena telah melimpahkan segala karuniaNYA, sehingga penulis mendapatkan kemudahan, kelancaran serta diberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto MP. Selaku Rektor UPN “Veteran” Surabaya
3. Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Juwito, S.Sos, Msi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Saifuddin Zuhri. Msi. Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Z. Abidin Achmad, M.Si.M.Ed. Selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan dorongan demi terselesaikannya penyusunan Skripsi ini.
7. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan dorongan dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Ucapan terimakasih khusus kepada :

1. Penulis mengucapkan terimakasih yang tiada tara untuk Papa dan Mama tercinta, Ir. Edy Purwodarminto MM. dan Soenaryati S.sos yang selalu menyebut nama peneliti disetiap sujud dan doanya, memberikan dukungan moril serta materil, kasih dan sayang serta cinta yang tidak pernah putus. “Mom, Dad I’ll make you pround of me...”
2. Kakak laki-lakiku Nurmahendra Harditya a.k.a Dyto yang telah memberikan semangat serta doa untuk peneliti. Serta menjadi inspirasi

bagi penulis untuk melakukan yang terbaik, dan membahagiakan kedua orang tua kami.

3. Terimakasih untuk Mama Neny, salah satu uwak terbaik yang peneliti punya. Terimakasih untuk doanya yang tidak pernah putus untuk peneliti, memberikan dukungan serta selalu berdoa agar peneliti mendapatkan nilai yang sempurna.
4. Terimakasih untuk seluruh keluarga besar Banyuwangi dan Keluarga besar Kudus yang memberikan restu, doa dan dukungannya.
5. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Melati, Rahma, Rendy, Ijonk, Mama Ciprut, Nana, Vita, Uncu yang selalu memberikan semangat serta memberikan tawa, canda, cerita, dan kenangan manis.
6. Terimakasih untuk Rio Riskiawan yang selalu ada untuk penulis, selalu mendukung penulis, mau mendengarkan celotehan penulis serta sabar menghadapi penulis.
7. Peneliti mengucapkan selamat dan terimakasih untuk teman teman seperjuanganku Uky, Rahma, Ciprut, dan seluruh angkatan Ikom 09 yang sudah berhasil lulus di tahun ini.
8. Untuk para informanku Dio, Nur, Ajeng, Via, Yuni kalian berjasa sekali. Juga untuk Ferly yang sudah memberikan semangat untuk peneliti.
9. Terimakasih untuk seluruh pihak-pihak yang telah membantu peneliti, maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Yang terakhir, ucapan terimakasih untuk sepeda motor, mobil, mp3, Black berry, Nokia, laptop, serta anak-anak sapiku yang selalu mendukung serta menopang semua kegiatanku untuk menyelesaikan skripsi.

Akhirnya penulis ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memohon maaf apabila ada pihak lain yang tidak bisa dituliskan satu persatu. Penulis berharap Skripsi ini akan berguna juga bermanfaat bagi teman teman

serta adik-adik yang lainnya. Dan mohon maaf apabila masih ada kekurangan serta kesalahan di dalam skripsi ini.

SURABAYA, JULI 2013

PENULIS

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Film merupakan Komunikasi Massa.....	11
2.2.2 Pariwisata .....	13
2.2.2.1 Bentuk-bentuk wisata .....	13
2.2.2.2 Jenis-jenis pariwisata .....	14

2.2.2.3 Pariwisata di Jawa Timur .....	19
2.2.2.4 Motif seseorang melakukan wisata .....	21
2.2.3 Remaja .....	23
2.2.4 Film 5CM .....	24
2.2.5 Model Uses and Gratification Theory .....	26
2.2.6 Reception Analisis .....	28
2.3 Kerangka Berpikir .....	31

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Definisi Penelitian .....	33
3.2.1 Penerimaan .....	33
3.2.2 Promosi Pariwisata .....	34
3.3 Lokasi Penelitian .....	35
3.4 Narasumber dan teknik penarikan informasi .....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.6 Metode analisis data .....	38

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Remaja .....	40
4.1.2 Film 5cm .....	41

4.2 Identitas Informan .....	42
4.3 Praktek di lapangan FGD .....	46
4.4 Film 5cm dimata informan sebagai penonton .....	47
4.4.1 Unsur yang ada di film 5cm .....	47
4.4.2 Adegan yang merupakan klimaks dari film 5cm .....	48
4.4.3 Pro dan Kontra film 5cm. ....	50
4.4.3.1 Pro Film 5cm. ....	51
4.4.3.2 Kontra .....	53
4.5 Interpretasi Informan Terhadap Pariwisata .....	54
4.5.1 Pariwisata Indonesia .....	54
4.5.2 Film 5cm Sebagai Promosi Pariwisata .....	56
4.6 Realitas Film 5cm .....	58
4.6.1 Adegan arial mengalami Hipotermia .....	59
4.6.2 Adegan Ian Terkena Batu yang Turun dari atas Gunung. ....	59
4.6.3 Adegan Beberapa orang menangis di Makam .....	61
4.7 Pengalaman Pendakian Semeru Penonton Film 5cm .....	62
4.7.1 Lamanya pendakian .....	63
4.7.2 Lautan Pasir .....	64
4.7.3 Sumber mani .....	65
4.7.4 Oro-oro Ombo. ....	66
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	69



5.2 Saran .....	71
-----------------	----

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## ABSTRAK

### ANDYNAR PRISTASIA 0943010065 PENERIMAAN REMAJA TERHADAP PROMOSI PARIWISATA DALAM FILM 5CM

Penelitian ini menggunakan riset kualitatif melalui unit analisis reception yang meneliti unsur promosi pariwisata yang ada di dalam film 5cm. penelitian ini menggunakan remaja sebagai objek dari penelitian. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan diskusi kelompok atau FGD.

Film 5 cm bertemakan persahabatan, pariwisata, petualangan dan cinta . Di dalam film ini memberikan dampak pada pariwisata Indonesia khususnya Gunung Semeru, karena membawa peningkatan pendaki gunung semeru sebanyak 100 persen.

Adapun hasil dari penelitian ini diketahui bahwa remaja Surabaya menerima dengan baik unsur pariwisata di dalam film 5cm dan mengaplikasikannya dengan pergi mendaki langsung ke Gunung Semeru jawa timur.

## ABSTRACT

ANDYNAR PRISTASIA 0943010065 RECEPTION TEENAGER THAT PROMOTION TOURISM FROM 5CM MOVIE.

This research is make use kualitatif metode make analysis reception for research promotion tourism element that from 5cm movie. This research use teenage as object from research. Metode research use group dircuse or Focus Group Discusion. FGD

5cm movie have as a theme friendship , adventure, tourisem, and love. In this movie give positive impact for torisem Indonesia expecially for tourisem in Semeru mountain in East java, because give one hundred persen climbs to climbing Semeru mountain.

The result of this investigations are teenager in Surabaya is the good recept for tourism element from 5cm movie and they application this element to climbing this semeru mount after watch this movie

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata Indonesia ibarat pohon baru tumbuh dan mencoba untuk berkembang. Dibuktikan dengan makin banyaknya hotel, pendidikan ketrampilan untuk keperluan tersebut, dan sudah mulai luasnya jangkauan transportasi menuju berbagai daerah di Indonesia. berkembangnya pariwisata Indonesia juga diharapkan dapat meningkatkan devisa Negara.

Namun dalam prakteknya masih ada beberapa yang harus diperhatikan dalam memajukan pariwisata Indonesia seperti promosi pariwisata harus dilaksanakan sebesar-besarnya dan sekreatif mungkin, agar mampu memikat minat wisatawan asing serta domestic.

Pemeliharaan tempat pariwisata juga harus diperhatikan, karena tidak jarang ditemukan bahwa banyak tempat wisata yang bagus dan berpotensi namun pengelolaannya tidak baik sehingga terlihat kotor, kumuh bahkan tidak terawat. Kesadaran dan peran aktif masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan perlu makin ditingkatkan melalui penyuluhan dan pembinaan kelompok seni budaya, industri, serta upaya lain untuk meningkatkan kualitas kebudayaan dan daya tarik wisatawan.

Seorang pemerhati masalah kepariwisataan, Oka Yoeti (2002) menyebutkan dalam upaya pengembangan kepariwisataan setidaknya diperlukan langkah analisis

terhadap tiga hal, yaitu : Misi (mission), Sasaran (Goals), dan Tujuan (Objective). Rumusan terhadap misi sangat diperlukan sebab misi merupakan acuan terhadap apa yang hendak dicapai dalam pengembangan pariwisata yang dilakukan. Namun dengan semakin canggihnya alat komunikasi serta teknologi, promosi pariwisata juga bisa dilakukan dengan media massa

Menurut pengamatan peneliti, saat ini media massa mampu menjadi suatu alat untuk mempromosikan sesuatu kepada masyarakat, contohnya adalah media film.

Film menjadi salah satu bagian dari kehidupan sosial masyarakat dan memiliki pengaruh yang cukup besar. Film mampu menyampaikan suatu pesan secara langsung, mudah dimengerti dan pada akhirnya menjadi inspirasi bagi penontonnya. Film tidak hanya menyuguhkan sebuah cerita saja, namun juga menambahkan unsur sound / suara / musik yang semakin menambahkan efek pada adegan tertentu untuk menggiring emosi penonton masuk lebih dalam pada alur ceritanya. Film juga menawarkan gambar gambar apik yang dibalut dengan pencahayaan serta pemandangan yang luar biasa sehingga penontonnya enggan untuk melewatkan adegan peradegan.

Namun film juga memiliki kekurangan, seperti terbatasnya waktu yang dimiliki sehingga tidak bisa menceritakan sebuah kisah secara utuh. Film juga terkadang selalu dibumbui oleh adegan dramatis atau konflik yang terkadang sedikit berlebihan yang membuat emosi penonton bercampur aduk.

Terlepas dari kelebihan serta kekurangannya, film tetap saja diminati oleh masyarakat. Terbukti dengan munculnya film-film karya anak bangsa yang luar biasa.

Sineas Indonesia sepertinya berlomba-lomba membuat film yang bermutu, menghibur, dan berkualitas yang tidak kalah dengan film dari luar negeri yang terkenal dengan peralatan filmnya yang canggih.

Bangkitnya perfilman Indonesia dirasakan pada saat munculnya film anak-anak “Petualang Sherina” yang tayang pada tahun 1999 yang berhasil mengundang 1,6 juta penonton ke bioskop. Lalu diikuti dengan film remaja AADC (Ada Apa Dengan Cinta) yang diputar di bioskop seluruh Indonesia pada tahun 2002 dan menjadi fenomena, lalu muncul film horor berjudul Jelangkung yang diikuti film horor seperti tusuk jelangkung, disini ada setan dll. Keberhasilan film film terdahunya akhirnya menggerakkan sutradara muda untuk membuat sebuah film yang diangkat dari novel best seller yang berjudul sama “Laskar Pelangi” Karya Andrea Hirata, disutradarai oleh Riri Riza.

Film ini mendapatkan apresiasi yang luar biasa dari masyarakat terbukti dari pencapaiannya yang ditonton lebih dari satu juta penonton dan di putar di berbagai Negara seperti Moscow.

([http://id.wikipedia.org/wiki/Perfilman\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Perfilman_Indonesia))

Keberhasilan Laskar pelangi yang diadopsi dari karya novel Best Seller, akhirnya menginspirasi Soraya film untuk melakukan hal yang sama dengan membuat film dari karya Novel Best Seller yang berjudul 5CM karya Donny Dhirgantoro, novel ini bercerita tentang petualangan, persahabatan dan kecintaan kepada Indonesia. Keindahan dari pariwisata Indonesia juga terlihat jelas di film ini mulai dari pertengahan hingga akhir cerita pada saat keenam tokoh utamanya pergi

untuk mendaki Gunung Semeru. Disana diperlihatkan keindahan kota Malang, Pos Ranu Pani, Ranu Regulo, Ranu Kumbolo, Arcopodo, dan pada akhirnya puncak gunung tertinggi Gunung Semeru.

Sejak tayang pada tanggal 12 Desember 2012, film “5 Cm” telah berhasil meraih lebih dari satu juta penonton bioskop di seluruh Indonesia. Keberhasilan itu juga menginspirasi banyak remaja bahkan dewasa untuk mencoba sendiri pengalaman pariwisata mendaki Gunung Semeru. (<http://www.21cinplex.com/slowmotion/raih-1-juta-penonton-film-5-cm-gelar-konser-box-office-bareng-nidji,3450.htm>)

Menurut Kepala Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS), Ayu Dewi Utari mengatakan “Jumlah pendakian ke Gunung Semeru melonjak drastis setelah pemutaran film 5CM, lonjakan pendakian terjadi selama sepekan dari 25 Desember 2012 sampai 1 Januari 2013. Diperkirakan ada 5-10 ribu pengunjung.dan pada saat malam tahun baru 2013 saja, ada sekitar 3.000 pengunjung. Menurut dia, jumlah pengunjung itu berlipat hingga 100 persen lebih. “Selama ini, TNBTS nyaris tak pernah menerima pengunjung melebihi 5.000 orang dalam setahun. Sebagai gambaran, pada 2009 dan 2010, jumlah pendaki masing-masing tercatat 2.532 dan 2.769 orang. Mayoritas pengunjung tersebut adalah pendaki pemula yang ingin mendaki Semeru, yang merupakan gunung tertinggi di Jawa dengan ketinggian 3.676 meter dari permukaan laut” katanya (<http://www.tempo.co/read/news/2013/02/23/108463203/Gara-gara-5-Cm-Pendaki-ke-Semeru-Melonjak-Drastis>)

Tidak hanya di Gunung Semeru, setelah film 5cm diputar, Gunung lainnya dipulau Jawa pun juga banyak yang diserbu oleh pendaki.

Menurut Ketua Komunitas Jajar Adventure Team, Edi Purnomo mengatakan setelah diputarnya film 5cm banyak para pendaki yang baru maupun yang lama ingin mendaki Gunung Sindoro-Sumbing pada tahun baru dan Sabtu malam. Beliau juga mengatakan bahwa kebanyakan pendaki berasal dari Jakarta, Malang, Yogyakarta, dan Tangerang. Bapak Edi juga mengatakan bahwa para pendaki biasanya datang berombongan dan sekitar lima orang seperti pada cerita 5cm”.

(<http://www.tempo.co/read/news/2013/02/23/108463194/Pendaki-Sindoro-Tiru-Pemain-Film-5-Cm>)

Apresiasi yang luar biasa ditunjukkan secara nyata oleh remaja Indonesia yang sudah menonton film 5CM ini. Remaja memang sebuah sasaran yang empuk bagi sebuah promosi media film dan media lainnya karena remaja bisa secara nyata memperlihatkan reaksi mereka terhadap sesuatu.

Contohnya sikap remaja yang akhirnya pergi ke puncak gunung Semeru dan gunung lainnya setelah melihat film 5CM ini menjadi bukti nyata bahwa remaja memang suatu kelompok yang bisa memperlihatkan ekspresi mereka tanpa peduli adanya tekanan dari berbagai pihak. Tindakan mereka sebenarnya juga membawa angin segar kepada sineas muda yang ingin membuat sebuah film petualangan seperti film 5CM, yang menjadikan remaja sebagai sasaran utamanya. Karena remaja memang membutuhkan film yang bisa menginspirasi mereka di dalam hal-hal yang positif.



Selain itu tindakan mereka juga memberikan devisa dan pemasukan bagi beberapa pariwisata Gunung yang dikunjungi.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimanakah penerimaan remaja terhadap promosi pariwisata dalam film 5CM ?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti dalam skripsi ini adalah untuk mengetahui penerimaan remaja terhadap promosi pariwisata dalam film “5CM”.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis dan secara praktis sebagai berikut :

### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah wawasan serta khasanah penelitian dibidang Komunikasi, khususnya penelitian mengenai promosi pariwisata yang terdapat di dalam media Film.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan bagi penonton film terhadap pesan yang coba disampaikan dalam sebuah film “5cm” dan dapat menjadikan kerangka acuan bagi sineas Indonesia yang ingin membuat film agar lebih baik dan berbobot serta memberikan dampak positif kepada masyarakat luas khususnya Remaja Indonesia